



สรุปและขอเสนอแนะ

5.1 สรุป จากการศึกษาทวิวิธีทางการตลาดของอาหารกระป๋องในประเทศไทย เหาที่ ไก่กลามาแล้วตั้งแต่ต้น อาจสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

5.1.1 ลักษณะความเจริญก้าวหน้าของอุตสาหกรรมในประเทศไทย นับตั้งแต่การ เปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อ พ.ศ. 2475 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องได้เริ่ม ก่อตั้งขึ้นโดยรัฐบาลในสมัยนั้นได้มองเห็นความสำคัญของอาหารกระป๋อง จึงได้เกิดอุตสาหกรรม การผลิตขึ้นเพื่อไว้ใช้ในราชการทหาร ทั้งนี้เพราะเห็นว่า การส่งกำลังบำรุงในกองทัพย่อม จะกระทำไ้สะดวกสบายกว่าการปรุงอาหารสดมาก ทั้งยังประหยัดเวลา หลังจากนั้นรัฐบาล ได้เล็งเห็นถึงความขาดแคลนอาหารเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรประกอบกับความ เจริญทางด้านวัตถุของโลกตะวันตกได้หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทยมากขึ้น วิชาการต่าง ๆ ก็ ได้วิวัฒนาการขึ้นเป็นลำดับ ประกอบกับการพัฒนาประเทศในระยะหลัง ๆ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้เริ่มโครงการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้านเป็นระยะ ๆ มา จนกระทั่งในปัจจุบันเป็นระยะที่ 3 สำหรับการพัฒนาประเทศในด้านกิจกรรม การส่งเสริม ใ้ผลิตเกิดผลผลิตเพิ่มขึ้นทั้งรัฐบาลยังได้ส่งเสริมอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องเพื่อรับวัตถุดิบจากการเกษตร ซึ่งเจริญขึ้นเป็นลำดับ ในปัจจุบันรัฐบาล ได้ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องนี้ในรูปของเงินลงทุนให้เอกชนได้ขุมยืม ทุก วันนี้ปรากฏว่ามีโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องเพิ่มขึ้น จากเดิมดำเนินการโดยรัฐบาล 3 แห่ง เป็นจำนวนประมาณ 50 แห่ง นับว่าอุตสาหกรรมประเภทนี้เป็นประโยชน์ต่อการ เกษตรมาก และยังเป็นตัวเชื่อมโยงไปถึงความสำคัญด้านอื่น ๆ เช่น เป็นแหล่งจ้างงาน และ แหล่งการค้าที่ใหม่กว่าไรพอดควร อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องนับวันจะมีแต่ความก้าวหน้า มากขึ้นเนื่องจากภาวะประชากรของโลกที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยเป็นแหล่ง หนึ่ง ในหลาย ๆ แห่งของโลกที่อุดมไปด้วยทรัพยากรเพียงพอต่อการผลิตอาหารเพื่อความต้องการ ของประชากรได้ ซึ่งเป็นผลสะท้อนไปยังอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง

5.1.2 ลักษณะความสัมพันธ์ของหน่วยงาน อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องเมื่อได้ผลิตสินค้าขึ้นมาแล้วจะต้องทำการแหล่งจำหน่ายเพื่อให้สินค้ามีโอกาสหมุนเวียนสู่ผู้บริโภค การตลาดจึงนับว่าเป็นหน่วยงานที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นหน่วยงานที่สร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร อันประกอบไปด้วยการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง ตลอดจนเสนอแนะและชี้ชวนให้ผู้บริโภคหันมานิยมสินค้า โดยมีฝ่ายขายเป็นกำลังอันสำคัญ ประกอบกับกลวิธีทางการตลาด เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และอื่น ๆ เป็นเครื่องช่วยสนับสนุน ในกิจการอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องนี้จะขาดหน่วยงานการตลาดเสียมิได้ เพราะเปรียบเหมือนหน่วยเสนาธิการของกิจการ

5.1.3 กลวิธีที่การตลาดใช้ในการขายและสนับสนุนการขายให้ได้ผลดียิ่งขึ้น เช่น

5.1.3.1 การโฆษณา ซึ่งสามารถกระทำได้หลายวิธี เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์, การโฆษณาทางสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตัวสินค้าเป็นสำคัญ และผลของการโฆษณาสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคให้ความสนับสนุนทันที หรือเป็นการหวังผลในการซื้อในโอกาสต่อ ๆ ไป

5.1.3.2 การส่งเสริมการขายทั่วไป เป็นวิธีการหนึ่งของกลวิธีทางการตลาด ที่สามารถชี้ชวนให้ผู้บริโภคซื้อทันที วิธีการต่าง ๆ ที่อาจนำมาใช้ได้ เช่น การให้ของแถม, การให้โบนัส หรือการลดราคา ซึ่งจะให้ผลในการจำหน่ายสินค้าได้มากไม่ว่าในจำนวนหรือค่านราคา

5.1.3.3 การส่งเสริมการขายตามบ้าน เป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีการตลาดนิยมใช้ เนื่องจากการขายตามบ้านได้รวมเอาวิธีการต่าง ๆ เช่น การโฆษณา, วิธีการส่งเสริมการขายและวิธีการชักนำให้ผู้บริโภคซื้อได้ทันที และนับว่าวิธีการนี้ได้ผลต่อการจำหน่ายมากที่สุด และ

ยังประหยัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อีกด้วย กล่าวคือ ในด้านของวิธีการโฆษณา ช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคอย่างแท้จริง อย่างน้อย จากจำนวนผู้บริโภค 8 ใน 10 คน จะให้การสนับสนุน และที่สำคัญคือ สามารถที่จะแนะนำสินค้าใหม่ที่ต้องการผลรวมในตลาดได้มากที่สุด และสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่แล้ว สามารถจำหน่ายได้มากขึ้นอีกด้วย

5.1.4 ขอบเขตการดำเนินงานของการตลาด การตลาดมีหน้าที่ดำเนินการอย่างกว้างขวาง เป็นหน่วยงานหลักที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ต่าง ๆ ระหว่างโรงงาน, ตัวสินค้า, แหล่งการค้าและผู้บริโภค ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่ปรากฏจากข้อยุติ ในการดำเนินงานให้ได้ผลดีนั้นการตลาดจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกกิจการ ตลอดจนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผันแปรไปตามภาวะเศรษฐกิจเป็นหลักในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ในระดับต่าง ๆ เช่น

- 5.1.4.1 ระดับเศรษฐกิจของประเทศ การตลาดสามารถก่อให้เกิดรายได้มากขึ้น เช่น การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐในรูปของการแนะนำให้ประชาชนสนใจต่อการเพาะปลูก หรือการทำปศุสัตว์ที่อุตสาหกรรมต้องการ และช่วยเผยแพร่ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สู่ประชาชนอีกทอดหนึ่ง
- 5.1.4.2 ระดับบริษัทหรือองค์การ การตลาดเป็นผู้กำหนดแผนภูมิเกี่ยวกับช่องทางจำหน่ายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ในรูปของการให้บริการ ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า อนึ่ง ในระหว่างบริษัทต่อบริษัท การตลาดก็มีการรวมวิธีการของซึ่งอำนาจการค้าให้แก่บริษัทที่ตนสังกัดอยู่ ในระดับนี้จะเห็นได้ว่า การตลาดเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการหารายได้มาให้บริษัทหรือองค์การ

5.1.4.3 รั๒คั๒บ๒ผ๒ว๒ริ๒ภ๒ค๒ การ๒ค๒ลา๒ค๒เป๒ร๒ย๒ย๒ห๒ม๒เ๒น๒ห๒น๒ว๒ย๒า๒น๒ป๒ระ๒ชา๒ส๒ัม๒พ๒น๒์๒ ทาง๒กา๒ร๒ค๒า๒ที่๒ส๒ร๒า๒ง๒ภ๒า๒พ๒พ๒จ๒น๒ข๒อง๒ค๒า๒ส๒ิน๒ค๒า๒ที่๒เส๒น๒อ๒ชา๒ย๒ใ๒ห๒ก๒ับ๒ผ๒ว๒ริ๒ภ๒ค๒ ทาง๒หน๒ึ๒ง๒ และ๒เป๒น๒ผ๒อ๒ส๒ร๒า๒ง๒ค๒ว๒า๒ม๒ส๒ัม๒พ๒น๒์๒ข๒อง๒ผ๒ว๒ริ๒ภ๒ค๒ต๒อ๒ส๒ิน๒ค๒า๒อ๒ีก๒ ทาง๒หน๒ึ๒ง๒ ซึ่ง๒ห๒มา๒ย๒ด๒ึ๒ง๒กา๒ร๒ร๒ว๒ม๒เอ๒า๒ค๒ว๒า๒ม๒ค๒อง๒กา๒ร๒ข๒อง๒ห๒ั๒ง๒ส๒อง๒ฝ๒าย๒ มา๒อ๒ย๒ใ๒น๒แ๒น๒ว๒ค๒ว๒า๒ม๒ค๒อง๒กา๒ร๒อ๒น๒เด๒ีย๒ว๒ก๒ัน๒ ค๒็๒ ๒ร๒ิ๒ษ๒์๒ค๒อง๒กา๒ร๒ข๒า๒ย๒ และ๒ผ๒ว๒ริ๒ภ๒ค๒ค๒อง๒กา๒ร๒ข๒อ๒

สร๒ู๒บ๒แล๒ว๒จะ๒เ๒็๒น๒ไ๒ค๒ว๒า๒ การ๒ค๒ลา๒ค๒เป๒น๒ห๒น๒ว๒ย๒า๒น๒ที่๒มี๒ค๒ว๒า๒ม๒ส๒ำ๒ค๒ญ๒ค๒อ๒ก๒ิ๒จ๒า๒ร๒ค๒า๒ข๒อง๒อ๒ุ๒ต๒ส๒า๒ห๒กร๒ร๒ม๒ อ๒า๒ห๒า๒ร๒ก๒ระ๒ป๒อง๒เป๒น๒อ๒ย๒าง๒ม๒า๒ก๒ การ๒ค๒ำ๒เน๒ิน๒กา๒ร๒ต๒าง๒ ๆ๒ น๒ับ๒ค๒ั้ง๒ค๒แ๒ก๒ การ๒ผ๒ิ๒ต๒ิ๒น๒ค๒า๒ จ๒น๒ด๒ึ๒ง๒ห๒น๒า๒ที่๒ง๒า๒น๒ รั๒ค๒ั๒บ๒ต๒าง๒ ๆ๒ ค๒ั้ง๒แ๒ก๒า๒ย๒ใ๒น๒ร๒ิ๒ษ๒์๒จ๒น๒ด๒ึ๒ง๒ผ๒อ๒ใ๒ช๒ผ๒ล๒ิ๒ค๒ภ๒ณ๒์๒ ฝ๒าย๒กา๒ร๒ค๒ลา๒ค๒จะ๒เป๒น๒ผ๒อ๒ว๒า๒น๒โ๒ย๒บ๒า๒ย๒ต๒าง๒ ๆ๒ เพื่อ๒ใ๒น๒ส๒อ๒ค๒ค๒ล๒อง๒ก๒ับ๒น๒โ๒ย๒บ๒า๒ย๒ห๒ล๒ั๒ก๒ที่๒ไ๒ค๒ว๒า๒ง๒ไ๒ว๒ ส๒ว๒น๒ก๒ล๒ว๒ิ๒ธ๒ี๒ที่๒ใ๒ช๒ใ๒น๒กา๒ร๒ค๒ำ๒เน๒ิน๒ง๒า๒น๒ั๒น๒ อ๒า๒ศ๒ย๒กา๒ร๒ แ๒ก๒ไ๒ช๒ป๒ัญ๒ห๒า๒และ๒ส๒ึ๒ง๒แ๒ว๒ค๒ล๒อม๒ต๒าง๒ ๆ๒ แ๒ก๒ไ๒ช๒ การ๒ค๒ลา๒ค๒จะ๒เป๒น๒ผ๒อ๒ส๒ร๒า๒ง๒ก๒ล๒ว๒ิ๒ธ๒ี๒ต๒าง๒ ๆ๒ ใ๒น๒กา๒ร๒ค๒ำ๒เน๒ิน๒ ง๒า๒น๒อ๒ย๒าง๒มี๒ป๒ระ๒ส๒ิ๒ท๒ิ๒ภ๒า๒พ๒ ห๒ั๒ง๒น๒ี้๒ค๒อ๒ย๒ค๒อง๒ค๒ำ๒น๒ึ๒ง๒ด๒ึ๒ง๒ข๒ว๒ง๒เว๒ลา๒ที่๒ใ๒ช๒ รั๒ะ๒ย๒ะ๒เว๒ลา๒ที่๒ค๒ำ๒เน๒ิน๒กา๒ร๒ ค๒ล๒อ๒ค๒ จ๒น๒ค๒ำ๒ใ๒ช๒จ๒า๒ย๒ใ๒น๒กา๒ร๒ค๒ำ๒เน๒ิน๒กา๒ร๒น๒ั๒น๒ ๆ๒ ซึ่ง๒ข๒ึ๒น๒อ๒ย๒ก๒ับ๒ค๒ว๒า๒ม๒ข๒ำ๒น๒า๒ญ๒และ๒ใ๒ห๒ว๒พ๒ริ๒บ๒ข๒อง๒เจ๒า๒ห๒น๒า๒ที่๒ฝ๒าย๒ การ๒ค๒ลา๒ค๒ ซึ่ง๒ผ๒ล๒ที่๒ไ๒ค๒็๒ค๒ว๒า๒ม๒ก๒ว๒า๒ห๒น๒า๒ข๒อง๒อง๒ค๒ำ๒ร๒และ๒ร๒ิ๒ษ๒์๒ที่๒ป๒ระ๒ก๒อบ๒จ๒ู๒ร๒ก๒ิ๒จ๒อ๒ุ๒ต๒ส๒า๒ห๒กร๒ร๒ม๒อ๒า๒ห๒า๒ร๒ ก๒ระ๒ป๒อง๒น๒ั๒น๒ ๆ๒

5.2 ข๒อ๒เส๒น๒อ๒แ๒น๒ะ หาก๒พ๒ิ๒จ๒า๒ร๒า๒ด๒ึ๒ง๒ป๒ัญ๒ห๒า๒และ๒อ๒ุ๒ป๒ส๒ร๒ค๒ข๒อง๒ก๒ล๒ว๒ิ๒ธ๒ี๒ทาง๒กา๒ร๒ค๒ลา๒ค๒แล๒ว๒ จะ๒เ๒็๒น๒ไ๒ค๒ว๒า๒ อ๒ุ๒ต๒ส๒า๒ห๒กร๒ร๒ม๒อ๒า๒ห๒า๒ร๒ก๒ระ๒ป๒อง๒ใ๒ช๒ก๒ล๒ว๒ิ๒ธ๒ี๒ทาง๒กา๒ร๒ค๒ลา๒ค๒ที่๒ไ๒ค๒็๒ค๒ึ๒ษา๒ห๒็๒อ๒พบ๒เ๒็๒น๒ใ๒ค๒อ๒ผ๒ บริ๒ห๒า๒ร๒การ๒ค๒ลา๒ค๒ เ๒๒น๒ ค๒ว๒า๒ม๒เคล๒็๒น๒ใ๒ห๒ว๒ใ๒น๒เช๒็๒ง๒ร๒า๒ค๒า๒ และ๒ป๒ริ๒มา๒น๒ข๒อง๒ว๒ั๒ต๒ุ๒ค๒ิ๒บ๒ ค๒ว๒า๒ม๒เคล๒็๒น๒ ใ๒ห๒ว๒ข๒อง๒ท๒าง๒ส๒ั๒ง๒ค๒ม๒ข๒อง๒ป๒ระ๒ชา๒ก๒ร๒ ร๒ว๒ม๒ด๒ึ๒ง๒เห๒๒ุ๒ค๒า๒ร๒อ๒น๒ั๒น๒ ๆ๒ เ๒๒น๒ ภ๒า๒ว๒ะ๒ท๒าง๒เศ๒ร๒ษ๒ร๒ู๒ก๒ิ๒จ๒า๒ย๒ใ๒น๒ ป๒ระ๒เท๒๒ และ๒ภ๒า๒ว๒ะ๒เศ๒ร๒ษ๒ร๒ู๒ก๒ิ๒จ๒า๒ย๒ท๒ัว๒ไป๒ระ๒ห๒ว๒าง๒ป๒ระ๒เท๒๒ ห๒็๒อ๒ค๒ว๒า๒ม๒เป๒็๒ล๒ย๒น๒แ๒ล๒ง๒ใ๒น๒ค๒า๒น๒โ๒ย๒บ๒า๒ย๒ รั๒ะ๒ห๒ว๒าง๒ป๒ระ๒เท๒๒ ซึ่ง๒มี๒ผ๒ล๒ต๒อ๒กา๒ร๒ข๒า๒ย๒ผ๒ล๒ิ๒ค๒ภ๒ณ๒์๒อ๒า๒ห๒า๒ร๒ก๒ระ๒ป๒อง๒ ห๒ั๒ง๒น๒ี้๒ฝ๒าย๒กา๒ร๒ค๒ลา๒ค๒จะ๒บริ๒ห๒า๒ร๒ง๒า๒น๒ไ๒ค๒ ผ๒ล๒อ๒ย๒าง๒ใ๒น๒ั๒น๒ข๒ึ๒น๒อ๒ย๒ก๒ับ๒ข๒อ๒ เ๒๒น๒อ๒แ๒น๒ะ๒ค๒ั้ง๒ค๒อ๒ไป๒น๒ี้

5.2.1 การแก้ไขและปรับปรุงด้านวัตถุดิบ อาจแยกออกได้ดังต่อไปนี้

5.2.1.1 โดยความร่วมมือของรัฐบาลในด้านการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรกรรมและปศุสัตว์ให้มากยิ่งขึ้นโดยการกระตุ้นผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรรม และปศุสัตว์ให้มีความสนใจและกระตือรือร้นต่ออาชีพที่ตนประกอบอยู่โดยวิธีการดังนี้

- ก. ส่งเสริมและแนะนำวิทยาการใหม่ ๆ ให้กับชาวไร่ ชาวนาอันเป็นทางที่ช่วยให้ปริมาณวัตถุดิบเพิ่มขึ้น
- ข. ส่งเสริมการสหกรณ์โดยกำหนดให้ชาวไร่ ชาวนา รวมกันเป็นกลุ่มเพื่อส่งเสริมการเพาะปลูกพืชชนิดต่าง ๆ ที่อุตสาหกรรมต้องการให้เหมาะสมกับท้องถิ่นนั้น ๆ
- ค. ร่วมมือและประสานงานอย่างใกล้ชิดกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม โดยการกำหนดความต้องการของวัตถุดิบนั้น ๆ และนำมาประกอบกับการพิจารณาเร่งรัดการเพิ่มผลผลิตของชาวไร่ ชาวนา

5.2.1.2 ในด้านหลักประกันต่าง ๆ รัฐบาลควรจะเป็นผู้ทำหน้าที่คนกลางเสียเอง โดยกำหนดหลักประกันเกี่ยวกับราคารับซื้อวัตถุดิบ และราคาขายวัตถุดิบ โดยให้มีผลเสมอภาคกันทั้งผู้ประกอบการอาชีพกสิกรรมและอุตสาหกรรม เช่น

- ก. กำหนดราคารับซื้อจากเกษตรกรเพื่อเป็นหลักในการซื้อขายวัตถุดิบ โดยถือเอาคุณภาพของสินค้าเป็นมาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อที่ผู้ประกอบการอาชีพเพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์จะได้เกิดความมั่นใจว่า วัตถุดิบที่ตนผลิตขึ้นมาหากได้มาตรฐานแล้ว ยอมจะขายไคราคาตามที่รัฐบาลกำหนด

ข. กำหนดราคาขายมาตรฐานสำหรับการขายให้กับอุตสาหกรรม ซึ่งหมายถึงราคาที่รัฐบาลกำหนดไว้เป็นมาตรฐานการรับซื้อของอุตสาหกรรมซึ่งจะมีผลทำให้โรงงานต่าง ๆ สามารถรับซื้อวัตถุดิบได้ราคาตามมาตรฐานที่รัฐกำหนดให้ตามคุณภาพของวัตถุดิบ และผลขั้นสุดท้ายก็คือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้วจะมีราคาเป็นมาตรฐานถึงประชาชนอีกด้วย อนึ่ง ในด้านการกำหนดราคานี้ ผู้เขียนเห็นว่า รัฐบาลควรจะเป็นผู้ทำหน้าที่คนกลางเสียเอง เพราะในการลงทุนต่าง ๆ เช่นในการเร่งรัดการเพิ่มผลผลิตก็ รัฐบาลเป็นผู้สร้างความสมดุลย์ต่าง ๆ ระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอยู่แล้ว ผลที่ได้ก็คือ รัฐบาลจะเป็นผู้ที่มีรายได้จากการดำเนินการนี้ในรูปของผลกำไร จากงบประมาณที่ใช้ในการคำนวณแล้ว ชาวไร่ชาวนา จะได้ราคาที่เหมาะสม และอุตสาหกรรมจะได้คุณภาพวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสม ซึ่งขั้นสุดท้ายจะทำให้การขายถึงผู้บริโภคมีผลอยู่ในขอบเขตที่กำหนดทั้งสิ้น

5.2.1.3 รัฐบาลควรกำหนดและปรับปรุงกฎข้อบังคับต่าง ๆ ในด้านกฎหมายรัฐบาลเป็นผู้ใช้สิทธิต่าง ๆ ดำเนินการควบคุม, ป้องกันโดยถือเป็นกฎข้อบังคับให้ประชาชนเป็นผู้ปฏิบัติอยู่ในขอบเขตนั้น ๆ สำหรับในด้านการอุตสาหกรรมแล้ว จะมีผลทำให้ลดช่องว่างต่าง ๆ และอุปสรรคอันที่จะเกิดการเพิ่มผลผลิตวัตถุดิบก็ได้ โดยการกระทำดังต่อไปนี้

ก. เพิ่มเต็มข้อบังคับและปราบปรามเกี่ยวกับการปลุกสัตว์ เช่น การลักลอบฆ่าเถื่อน อันมีผลทำให้ราคาเนื้อสัตว์ที่ใช้ประกอบอาหารสดและที่ใช้ในการอุตสาหกรรมมีอุปสรรคในด้านราคา หากการฆ่าเถื่อนหมดไปแล้ว ค่าควาราคาวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์จะอยู่ในระดับมาตรฐาน

- ข. ลดปริมาณการส่งวัตถุดิบและสัตว์เป็นออกนอก สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการอุตสาหกรรมแล้ว การกำหนดปริมาณการส่งออกยอมกระทำได้ไม่ยาก ส่วนการกำหนดสัตว์เป็นออกนอกนั้น รัฐบาลควรมีการควบคุมให้มากกว่าปกติ เพราะตามลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศไทยแล้ว การลักลอบส่งสัตว์เป็นออกนอกป้องกันได้ยาก และควรหาทางเพิ่มจำนวนสัตว์เป็นเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ โดยเฉพาะวัว และกระบือ เพราะสัตว์ทั้งสองชนิดนี้คักลูกเพียงครั้งเดียวใน 1 ปี หากไม่มีการควบคุมการส่งออกแล้ว เชื่อว่าปริมาณสัตว์ในประเทศจะลดน้อยลงไปมาก และมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอีกด้วย
- ค. เพิ่มเติมกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการอุตสาหกรรมให้อยู่ในขอบเขตมากขึ้น เช่น กฎข้อบังคับมาตรฐานสินค้าที่ออกสู่ตลาด รัฐบาลควรจะตราเป็นกฎหมายเพื่อใช้บังคับให้ผู้ผลิตปฏิบัติ เพื่อให้สินค้าที่ออกสู่ตลาดมีมาตรฐานเชื่อถือได้ และเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้มีของเสื่อมคุณภาพหรือของปลอมปนในตลาด
- ง. คานการตรวจตราคุณภาพของกระทรวงสาธารณสุข ควรจะได้มีการควบคุมทั้งทรงคานปฏิบัติ และการใช้ผลบังคับทางกฎหมาย เช่นในคานการปฏิบัติ หลักการเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพอาหารในการใช้สารวัตถุเจือปน เพื่อป้องกันการเสื่อมคุณภาพ ตลอดจนการใช้สีผสมในอาหารนั้น ๆ ควรจะระบุชนิดของสีที่ผสมและส่งเจ้าหน้าที่สอดส่องการกระทำนั้น ๆ อย่างใกล้ชิด ซึ่งจะเป็นทางป้องกันมิให้อาหารที่มีสาร เป็นพิษเจือปนออกสู่ตลาดและเป็นการป้องกันมิให้ผู้บริโภคได้รับภัยจากการกระทำดังกล่าว ในการใช้ผลบังคับทางกฎหมาย ควรจะให้ผู้ผลิตยื่นรายละเอียดการผลิตสินค้าชนิดนั้น ๆ รวมทั้งส่วนผสมที่ใช้ เพื่อให้การปฏิบัติของโรงงานมีผลตามกฎหมาย ถ้าละเลยหรือกระทำผิด ๆ นอกเหนือจากรายละเอียดดังกล่าว ควรจะได้มีการลงโทษตามแต่กรณี หากรัฐได้ปฏิบัติอย่างจริงจังแล้ว คาดว่าจะลดปริมาณอาหารที่เป็นพิษลงได้มาก

จ. ในด้านการบริหารอื่น ๆ เช่น ในทางการขายสินค้าเพื่อผู้บริโภคก็ หากรัฐ
ได้กำหนดไว้เป็นกฎหมายให้มีผลบังคับรัดกุมยิ่งขึ้น เชื่อว่าทุก ๆ กิจกรรมที่มี
ส่วนรวมในการบริการต่อประชาชนย่อมจะดีขึ้นเป็นลำดับ จากที่กล่าวมาแล้ว
ผู้เขียนเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญทั้งสิ้น อันมีผลเชื่อมโยงต่อกิจกรรมอุตสาหกรรม
อาหารกระป๋อง

กลวิธีที่ใช้ในการบริหารของรัฐบาลหากได้ดำเนินการอย่างถูกต้องตามกฎหมายข้อบังคับ
แล้วก็เปรียบเสมือนกลยุทธ์ของการตลาดที่ได้ใช้การบริหารกิจกรรมของตนให้มีผลดีขึ้น และ
ในคานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องเช่นกัน การตลาดทำหน้าที่เชื่อมโยงให้เกิดความต้องการ
เพิ่มขึ้น

เป็นที่เชื่อแน่ว่าในอนาคตอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องในประเทศไทยจะมีแนวโน้ม
ที่จะก้าวหน้าขึ้นเรื่อย ๆ อันเนื่องมาจากความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศที่
เพิ่มขึ้นอันเป็นจุดที่การตลาดจะต้องมีบทบาทอันสำคัญในการสร้างสรรค์ความเจริญให้กับอุตสาหกรรม
ประเภทนี้
